

# Indice

<b>Ringraziamenti</b>	7
<b>Presentazione</b> di <i>Giuseppe Richeri</i>	9
<b>Introduzione</b>	15
<b>1. Che cos'è un blockbuster?</b>	18
1.1. Il termine "blockbuster": problemi di definizione	18
<b>2. Le origini</b>	24
2.1. La crisi dell'industria cinematografica	24
2.2. L'affermazione della "mentalità del blockbuster"	28
2.3. La svolta: <i>Lo squalo</i>	34
<b>3. Le caratteristiche</b>	39
3.1. Esperienza di frontiera	39
3.2. Accesso universale	43
3.3. Identità semplice	46
3.4. Narrazione e spettacolo	50
<b>4. La distribuzione e l'esercizio</b>	56
4.1. Il <i>roadshowing</i>	56

4.2.	La strategia di saturazione	59
	4.2.1. Il ruolo strategico del weekend di apertura / 4.2.2. La scelta della data di uscita nelle sale	
4.3.	Blockbuster e cinema multisala	76
<b>5.</b>	<b>Il blockbuster al di là della sala</b>	<b>82</b>
5.1.	Blockbuster e televisione	82
5.2.	Blockbuster, politica e istituzioni	85
5.3.	Blockbuster, mercati ancillari e conglomerate	90
<b>6.</b>	<b>Il blockbuster europeo</b>	<b>94</b>
6.1.	I blockbuster sono solo statunitensi?	94
6.2.	L'Europa e le produzioni ad alto costo	95
	6.2.1. Le coproduzioni nazionali / 6.2.2. Le coproduzioni europee / 6.2.3. Le coproduzioni con gli Stati Uniti	
	<b>Conclusioni</b>	<b>106</b>
	<b>Bibliografia</b>	<b>110</b>